



Glasfirma es una fábrica y exportadora de productos de vidrio y PVC, especializados (pero, no limitados) a canicas y pelotas. Sus productos incluyen artículos promocionales, artículos de decoración y productos de vidrio industriales.

Ausencia de  
identidad  
corporativa

Ignorancia de la  
importancia de  
definir la filosofía  
corporativa

No hay filosofía  
corporativa

Los identificadores  
no fueron  
estructurados  
correctamente

Falta de interés de  
los directivos

Adquisición de  
empresas ya  
establecidas

Carencia de  
estructura en los  
proyectos

Jefes no saben lo  
que quieren hacer  
para alcanzar su  
objetivo

No hay una  
planeación  
adecuada

**LA IMAGEN  
CORPORATIVA  
NO ES SÓLIDA,  
NI ESTÁ  
DEFINIDA**

Athziry Alvarado  
Liliana Franco  
Gabriela Herrera  
Francisco Infante

Comunicación Organizacional II  
Universidad Lamar

**LA IMAGEN CORPORATIVA NO ES SÓLIDA, NI ESTÁ DEFINIDA**

No hay canales de comunicación efectivos establecidos

Falta de capital

Ausencia de educación a los directivos de la importancia de la imagen

Indisposición de los directivos y subordinados

Desinterés de los directivos por la imagen de la empresa

Falta de comunicación

No hay un responsable de la imagen corporativa

Athziry Alvarado  
Liliana Franco  
Gabriela Herrera  
Francisco Infante